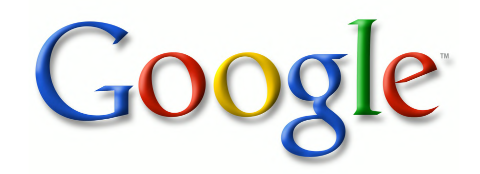
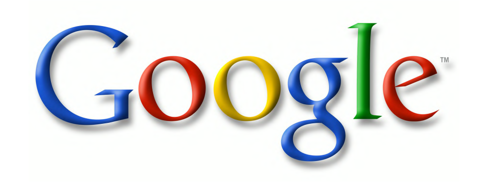
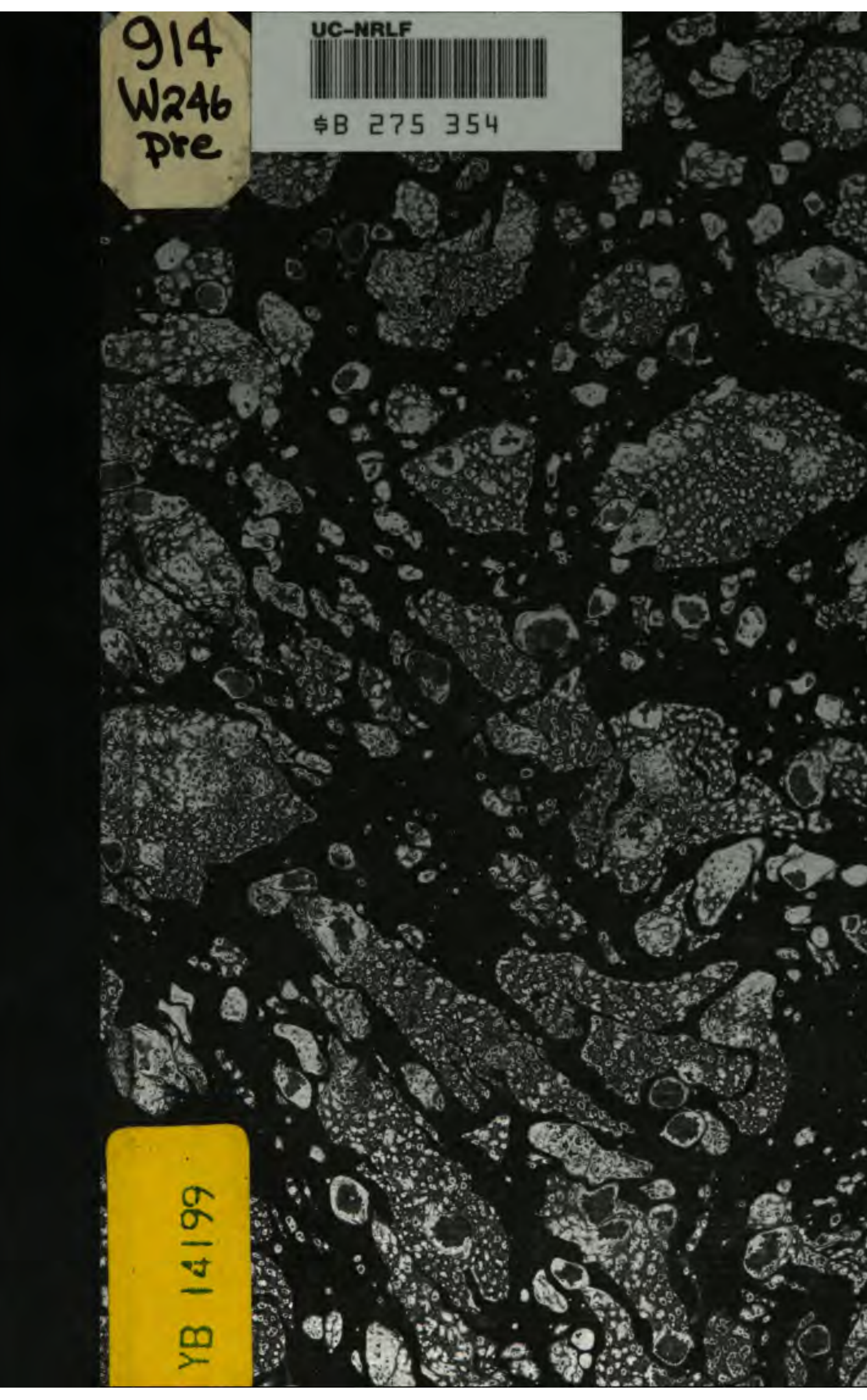



Google


914
W246
Pre
UC-NRLF
$B 275 354
YB 14199


·FROM·THE·
·COLLECTION·OF·
·LÉON·CLERBOIS·


SIGILLVM·VNIVERSITATIS·CALIFORNIENSIS
FIAT LVX
MDCCCLXVIII
EX LIBRIS

0,30

Prix : Fr. 1.00

LA

PRESSE MODERNE

PAR

WANGO-NOSE

50 % d'Economie
dans la
Confection des Journaux

Aucun Paradoxe.
Nulle Exagération

PARIS
F. GUÉNOT
16, rue Cadet.

BRUXELLES
L. WINTRAECKEN & Cᵒ
69, rue Pachéco.

1905

Alexander Schaalwijand
Bied Leen hartelijk van
[illegible]
Haren 22/5/05.

LA PRESSE MODERNE

Table des Matières



CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES

❦

La Presse, dont la puissance date à peine de cinquante ans, est demeurée un organisme infiniment perfectible.

Le lecteur, en parcourant divers journaux, publiés à la même date, est frappé de l'énorme quantité de TEXTE, COMMUN A TOUS, inséré avec ou sans variantes.

Prenez les informations, par exemple.

Généralement elles sont empruntées, telles quelles, aux confrères qui les ont publiées les premiers; ou bien, toutes rédigées, on les reçoit des agences qui parfois en ont eu la primeur, mais d'habitude les cueillent dans les organes les mieux et le plus rapidement renseignés.

On note le fait brutal, purement et simplement, dès qu'on l'apprend et, la plupart des fois, dans la forme où il est rapporté, quitte à le faire suivre de commentaires. De là les MULTIPLES TEXTES COMMUNS, même dans des organes dont les tendances sont les plus divergeantes.

Ce fait n'a donc rien de particulièrement surprenant; il découle de la nature même des choses. Mais ce qui est surprenant, c'est que, chez nous du moins, les journaux continuent, chacun séparément, à composer, corriger, etc., toute cette prose commune.

Cela est encore plus frappant en matière de feuilletons. Dès qu'un romancier acquiert de la vogue, il a le bonheur de voir de tous côtés les journaux reproduire ses œuvres sous forme de feuilletons. Et tous ces

journaux se payent le luxe, fort coûteux, de composer intégralement, « ne varietur », des livres entiers, souvent très volumineux.

Il en est de même des variétés, fantaisies, des chroniques, bref, de presque toute la partie purement littéraire du journal.

Il y a beau temps que l'esprit pratique des Anglo-Saxons a porté remède à cette situation par le CLICHAGE largement, intelligemment organisé.

En Angleterre et aux Etats-Unis il existe des firmes, nous citerons notamment CASSELL & C°, T. B. BROWNE Ltd., à Londres et ROUTLEDGE à New-York qui, en plus de l'information courante, fournissent, tout clichés, des romans-feuilletons, des nouvellettes, des « short stories », des variétés, des fantaisies, des articles sur la littérature, l'art, la science, les sports, les modes, tous à choisir parmi des collections d'une variété, d'une richesse extrêmes, abondamment et artistiquement illustrées.

Dans ces pays, les journaux n'étant pas, comme le *Times*, le *Standard*, le *Daily Telegraph*, le *Daily Mail*, le *New-York Herald*, le *World* et quelques autres de réputation mondiale, servis par une petite armée de collaborateurs spéciaux, ces journaux, notez le bien, grâce aux textes clichés, sont en mesure de se présenter admirablement bien devant leurs lecteurs en composant simplement un leader, quelque article d'actualité, une poignée de faits-divers et d'informations locales.

Leurs entreprises, presque sans exceptions, sont très prospères. L'emploi des clichés entraîne, en effet, une énorme économie, provenant de la suppression des salaires de nombreux typographes, rédacteurs, correcteurs et collaborateurs de toute nuance, ainsi que de l'usure d'un matériel particulièrement coûteux, sans

compter l'économie devant résulter d'un emplacement moins vaste.

Il importe de faire remarquer cependant que tout cela n'est réalisable que pour autant que les journaux puissent s'appuyer sur des firmes solidement établies, où l'ordre, l'exactitude et la célérité sont vertus primordiales, où le service des informations est bien organisé, et, « last not least », où l'on dispose d'un stock de romans, variétés et articles de toute espèce, en nombre suffisant pour contenter même les plus difficiles.

La France n'est pas restée inattentive à ce qui se pratique sous ce rapport de l'autre côté de La Manche et de l'Atlantique. Plusieurs tentatives y furent faites pour doter la presse d'organismes auxiliaires, comme celles des CASSELL & C°, des T. P. BROWNE en Angleterre, des ROUTLEDGE pour les Etats-Unis et auxquels nous pouvons ajouter, pour l'Allemagne, la remarquable firme SCHERL de Berlin.

Le succès, malheureusement, n'a pas toujours été la récompense de si louables efforts.

Il ne nous appartient pas de rechercher les causes qui ont fait arrêter dans leur essor, avorter ou sombrer la presque totalité de ces intéressantes entreprises. Nous ne pouvons que le déplorer, nous consolant toutefois à l'idée qu'il en est au moins une qui soit parvenue à sortir triomphante de toutes les difficultés accumulées sur son chemin. Nous avons désigné **La Clicherie de la Presse** de Paris qui, sous la prudente et habile direction de M. E. LANDESQUE, après un quart de siècle d'efforts, de luttes et de sacrifices aussi intelligents que persévérants et opiniâtres, s'est placée parmi les premières entreprises similaires du monde entier.

Fondé en 1883, **La Clicherie de la Presse**, indépendamment d'un outillage tout moderne, possède une des

plus riches bibliothèques CLICHÉES de l'époque, comprenant environ 250 grands romans-feuilletons des meilleurs auteurs, des centaines de nouvellettes, variétés, chroniques et fantaisies, ainsi que plusieurs milliers d'illustrations, portraits, rébus, dessins humoristiques, cartes, etc., etc.

Quelques mois suffisent pour édifier, mettre en marche et faire produire des usines colossales; une agence télégraphique se crée et fonctionne en quelques semaines; le développement d'un organisme comme celui de **La Clicherie de la Presse** demande de longues années avant de pouvoir réellement répondre aux besoins des journaux. C'est en grande partie pour n'avoir pas eu la persévérance, la ténacité, ou le constant élément financier nécessaires que presque toutes les entreprises de ce genre ont succombé en route.

La Clicherie de la Presse de Paris étant la seule institution française qui dans son domaine soit arrivée à un degré de perfection expliquant sa clientèle de près de 300 journaux, nous sommes forcément tenus de nous y arrêter, comme à un élément principal, dans la démonstration de notre thèse,à savoir que dans la confection des journaux, il y a moyen de réaliser de considérables économies.

D'un opuscule, publié par cette maison, nous détachons les lignes suivantes :

Les progrès incessants survenus dans toutes les branches de l'industrie ont profondément modifié les moyens d'exécution et d'impression des journaux, de telle façon qu'il faut aujourd'hui pour réussir sûrement dans l'exploitation des feuilles périodiques, mettre en œuvre les procédés les plus perfectionnés, en même temps que les plus économiques.

Après vingt ans de lutte contre les vieux errements, contre toutes les routines, nous avons la satisfaction de voir s'accroître sans cesse le nombre de nos Abonnés, puisque plus de 250 Journaux des Départements se servent aujourd'hui de nos clichés.

Tous nos efforts, il est vrai, ont tendu à perfectionner sans cesse les services que nous adressons à la Presse départementale pour lui permettre de lutter contre les journaux à grands tirages. Tout récemment encore nous avons modifié le système de nos appareils, en totalité renouvelés, pour les rendre irréprochables, en même temps que nous élargissions nos moyens d'informations et que nous augmentions considérablement le texte de nos clichés entièrement composé en corps 8.

La longue fidélité de nos Abonnés, dont quelques-uns nous ont apporté leur adhésion dès la fondation, a été la récompense de nos améliorations et la preuve des avantages que nous leur avons procurés.

Quel Directeur, soucieux de la prospérité de son journal, pourrait se refuser a réaliser une économie représentant plus du tiers de son budget annuel ? C'est ce que nous avançons et ce que nous prouvons par l'énumération qu'on trouvera plus loin des réductions de frais amenés par l'emploi des clichés.

Tout journal quotidien peut économiser, s'il emploie tous nos services, de 9 à 10.000 fr. par an, et les autres journaux. suivant la proportion de leur périodicité

. . . .

Depuis la publication de ces lignes UN NOUVEAU ET GRAND PROGRÈS vient d'être réalisé dans cet ordre d'idées.

Au point de vue du service des informations, les agences de clichés présentaient nécessairement une lacune en ce sens que nos journaux, pour les nouvelles se produisant entre le dernier envoi de clichés et la mise sous presse, restaient tributaires d'une agence télégraphique, universellement connue pour son ancienneté, sa vaste clientèle et les services réels qu'elle a rendus à la presse.

L'espèce de monopole dont cette agence a pu se prévaloir, pendant un grand nombre d'années, lui a permis d'imposer aux journaux un joug ruineux, quasi draconien, et dont désormais il sera possible de s'affranchir, grâce à une combinaison intelligente et pratique des services de nouvelles de **La Clicherie de la Presse** et de l'Agence Télégraphique **L'Information,** combinaison qui sera exposée plus loin.

Il est de notoriété que, malgré sa création relativement récente, **L'Information**, par l'étendue et la diversité de ses sources de nouvelles, s'est élevée à la hauteur d'agence télégraphique vraiment mondiale.

Elle doit à sa parfaite organisation comme à sa complète indépendance et à son impartialité absolue de compter au nombre de ses abonnés tous les grands journaux politiques de Paris, sans distinction d'opinions.

Il sera bon de faire ressortir ici, croyons-nous, qu'en l'occurrence il ne s'agit ni de fusion ni même d'association entre les deux firmes, **La Clicherie de la Presse** et **L'Information**.

Il s'agit d'une COOPÉRATION pure et simple, conséquence d'intérêts communs bien entendus, chacune des deux firmes conservant sa complète autonomie et son entière indépendance; leur permettant d'exister et de se développer côte à côte, tout en se prêtant, là où utilité il y a, un appui réciproque dont les journaux doivent être les premiers et principaux bénéficiaires.

En effet, CETTE COOPÉRATION PERMET AUX JOURNAUX DE SE PASSER DE L'ONÉREUX SERVICE DE L'AGENCE TÉLÉGRAPHIQUE, DÉSIGNÉE PLUS HAUT, SANS QUE LA PARTIE INFORMATIONS EN SOUFFRE EN RIEN;

ET LES SEULS FRAIS OCCASIONNÉS PAR LA REVISION, LA COMPOSITION ET LA CORRECTION DE SES DÉPÊCHES SUFFISENT POUR COUVRIR LE PRIX DU SERVICE MIXTE ET COMPLET DE **La Clicherie de la Presse** ET DE **L'Information**.

Ce calcul est d'une grande simplicité.

Au début, l'emploi de textes clichés dans la composition des journaux a rencontré en Angleterre et ailleurs une vive OPPOSITION de la part des associations de TYPOGRAPHES, comme de la part d'un nombre assez

important d'employés subalternes, attachés aux rédactions des journaux. Il est à prévoir que le même phénomène se produira en Belgique : les intérêts des directeurs de journaux se trouvant, en ce cas, en opposition avec ceux de toute cette très intéressante catégorie de personnes. On peut, on doit le déplorer pour ces dernières; l'issue finale de ce conflit d'intérêts ne pouvant être douteuse. La marche du progrès pourra être entravée pendant quelque temps peut-être ; mais nul ne l'arrêtera.

Si, dans l'industrie du journal, le rédacteur instruit et talentueux, le journaliste par vocation et tempérament sont indispensables ; si le metteur en pages et le typographe-artiste y sont des auxiliaires d'une valeur immense pour la production du coup-d'œil général, comme pour la composition des annonces, par exemple, il n'en demeure pas moins vrai que l'ère de la banale typographie, simplement courante et sans art, est bien prête d'être close, tant par l'introduction de plus en plus générale des textes clichés que par l'emploi grandissant des machines à composer.

Traitant des économies réalisables dans la confection des journaux, nous ne pouvons pas passer inaperçue la question des MACHINES A COMPOSER, question de brûlante actualité!

Ces ingénieuses machines, encore susceptibles de considérables perfectionnements qui, sans doute aucun, ne tarderont pas à se réaliser, ne sont, à notre avis, vraiment utiles qu'aux grands journaux, à éditions multiples, et pour lesquels l'application de l'adage anglais, « time is money », est un élément fondamental de succès.

S'il est évident que l'utilisation des machines à composer peut faire gagner du temps, il reste peut-être

à prouver qu'elle réduit effectivement les dépenses du journal.

D'une brochure, publiée sur la question, nous transcrivons :

En l'état et en présence des désaccords qui existent sur les prix de revient, du manque de données exactes sur ce point, que les acquéreurs de machines à composer avaient cependant pu nous fournir, nous nous permettons de profiter de la tenue du Congrès des Maîtres-Imprimeurs à Rennes pour lui proposer un moyen bien simple afin d'arriver à la vérité. Il consiste à adopter une proposition qui a été faite à la « Linotype » par le rédacteur en chef du *Courrier du Livre*, proposition tendant à des essais et qui n'a, du reste, pas été acceptée, nous ne savons trop pourquoi.

Par extension, nous demandons la nomination d'une Commission, prise dans le sein du Congrès, à laquelle on pourrait adjoindre, par exemple, un représentant de la Société « la Linotype », un fondeur en caractères et un comptable qui serait chargé de condenser tous les calculs et faciliterait ainsi le travail du membre qui rapporterait sur la question et dont l'étude serait communiquée au Congrès qui doit se tenir à Rennes en 1901 ou même plus tôt. MM. les imprimeurs posséderaient alors un document de haute valeur, rédigé avec impartialité...

On pourrait ainsi connaître exactement le chiffre de la production moyenne, les frais généraux seraient non seulement évalués, mais fournis avec précision. On tiendrait compte de tout : salaire, force motrice, gaz, huile, entretien et renouvellement de la matière (on a prétendu que cette dépense seule équivalait à celle résultant de l'achat des caractères mobiles), entretien de la machine (mécanicien), amortissement, intérêt d'argent, etc. etc. (1)

Voici la proposition du *Courrier du Livre :*

Nous demandions à la « Linotype » de faire un essai, comme il est d'usage constant pour la plupart des machines; il consisterait à prendre le plus habile opérateur français ayant quatre mois d'apprentissage — la « Linotype » en demande seulement trois pour faire 5 ou 6000 lettres à l'heure, — et à lui faire composer à la machine un volume entier en corps 9 romain, sur 16 douzes avec l'italique ordinairement employée dans la moyenne de nos impressions françaises.

On compterait les frais inhérents à la composition ainsi exécutée, l'opérateur étant payé sur les bases du tarif émis ces jours-ci par la Fédération. On ajouterait le traitement du mécanicien-surveillant, les pertes de temps, les dépenses occasionnées

---

(1) *Les Machines à Composer, Vers la Vérité!* par FERNAND WARNERY, Paris, 1900, pages 7 et 8.

par la force motrice, l'éclairage et les frais généraux applicables seulement à la machine; amortissement, refonte des lignes, frais de nettoyage, de graissage et d'entretien, etc.

Et pour que cette épreuve ait une valeur indiscutable, nous proposerions qu'elle ait lieu sous la surveillance de trois maîtres-imprimeurs ou protes, désignés par l'Union des maîtres-imprimeurs de France et choisis parmi les moins intéressés dans la question — les imprimeurs d'affiches, par exemple. — Le résultat de cette consultation pratique serait consigné en un rapport que tous les confrères consulteraient et qui leur servirait de base pour établir leur devis; chacun verrait alors, à son point de vue particulier, s'il y a ou non intérêt à faire l'acquisition d'une machine qui, somme toute, n'a pas fait ses preuves, puisqu'aucun de ceux qui l'ont *pratiquée* personnellement n'avait encore émis son opinion, et que le premier qui la donne aujourd hui ne lui décerne même pas le *satisfecit* banal que l'on accorde généralement sans trop se faire prier, pour peu que les promesses annoncées soient à peu près tenues (1).

Voilà, certes, des propositions loyales et sérieuses. Et il est franchement regrettable que la « Linotype » a a cru pouvoir se dérober devant chacune d'elles.

Il ne manquera pas d'intérêt d'entendre l'opinion d'un directeur d'imprimerie, ayant adopté les machines à composer et qui s'exprime comme suit :

Devant la machine à composer tout le monde est apprenti; on se trouve en présence d'un outil aussi compliqué et aussi fragile qu'un mouvement d'horlogerie, dont chaque fausse manœuvre amène un temps d'arrêt double par la crainte du bris d'un rouage.

Il faut en rabattre des 10 et 15,000 lettres à l'heure que l'on affirmait être produites par la linotype. Que de frais nouveaux n'étaient pas prévus! Non seulement le personnel ne diminue pas, mais, payé en conscience pendant des mois d'apprentissage, dont on n'obtient même pas les lignes de la composition manuelle, le chiffre des banques augmente sensiblement. Le personnel servant au fonctionnement des machines égale le nombre d'ouvriers occupés précédemment.

La correction est une des difficultés de la machine, car il n'est pas rare que l'opérateur fasse une nouvelle faute en refai-

(1) *Courrier du Livre*, janvier 1900.

sant une ligne défectueuse. Le correcteur doit donc relire jusqu'à l'assurance de lignes parfaites...

Un simple détail qui impose une installation spéciale, c'est la refonte du plomb, les lignes imprimées ne pouvant se remettre directement dans le creuset de la linotype sans l'encrasser; d'où refonte quotidienne avec l'emploi d'un homme attaché à ce travail, équivalant à une dépense de 10 francs par jour, soit environ 3,000 francs par an (1).

La question s'il y a économie à employer les machines à composer, semblait donc douteuse, naguère encore.

L'impartialité nous oblige cependant d'ajouter que des concours récents entre opérateurs à la machine à composer ont fait voir celles-ci sous un jour extraordinairement favorable, de quoi tenter sérieusement les imprimeurs qui ont pour elles du travail constant. Nous insistons sur ce dernier point.

Or cela n'est qu'exceptionnellement le cas dans l'industrie du journal. Aussi, sauf dans des cas spéciaux, l'usage des machines à composer ne doit pas y être conseillé; les textes clichés de romans, d'informations, de variétés, de chroniques diverses étant infiniment plus recommandables, parce que beaucoup plus pratiques et, avant tout, plus économiques

Nous avons envisagé la confection du journal au point de vue de sa partie littéraire et de sa partie informations.

Il nous reste à dire un mot de sa quatrième page, c'est-à-dire de LA PUBLICITÉ, l'élément le plus important de toute l'entreprise.

En comparant la somme d'annonces de nos journaux français et belges à celle des journaux anglais, allemands ou américains, l'on reste frappé de notre infériorité sur ce terrain.

(1) *Intermédiaire des Imprimeurs*, janvier 1900.

Les peuples anglo-saxons et germaniques, mieux que les peuples latins, apprécient tout le profit à retirer de la publicité en général et de l'annonce dans les journaux en particulier, qui a sur l'enseigne et l'affiche l'avantage d'aller trouver le consommateur à domicile, au lieu de l'attendre et de l'arrêter au passage.

Chez les Anglo-Saxons certains aphorismes, concernant la publicité, ont passé à l'état d'axiome. Tels :

« Bonne publicité signifie bonnes affaires. »

« Publicité signifie progrès et progrès, prospérité. »

« Annoncer un article inférieur le rend meilleur. »

« Le caractère fait les hommes ; la publicité les affaires. »

Le milliardaire Vanderbilt appréciait hautement la publicité : « Comment le monde saurait-il que vous avez quelque chose de bon, disait-il, si vous ne le lui faites pas connaître. »

« Qui dispute son argent à la publicité, le dispute à sa prospérité commerciale », avait-il encore l'habitude de dire.

Barnum, devant sa fortune à la réclame, l'exaltait naturellement : « Faites qu'on parle et qu'on écrive de vous, s'écriait-il, dussiez-vous être outragé, diffamé, si vous espérez avoir du succès dans ce monde ! »

L'illustre Gladstone estimait la richesse d'une nation d'après sa publicité, et le public anglais évalue la prospérité d'une firme selon la fréquence de ses annonces.

Si nous n'en sommes pas encore là, un progrès sensible s'est cependant manifesté ces dernières années. Mais il reste encore énormément à faire. Et nul ne peut contribuer davantage à améliorer cet état de choses que la Presse elle-même. S'il est vrai que le journal est l'éducateur des masses, il ne fera pas mal d'exercer ce

quasi sacerdoce là où ses propres intérêts vitaux sont en jeu : charité bien entendue commençant par soi-même, selon une maxime païenne, encore très en vogue.

Et puis, pourquoi donc s'abstiendrait-il de prêcher d'exemple? Le journal aurait-il, par hasard, le rare privilège de pouvoir se passer de publicité et de réclame? Ne voyons-nous pas les organes les plus connus, les plus répandus de la presse anglaise et allemande, le *Daily Telegraph*, le *Berliner Tageblatt* et tant d'autres, dépenser annuellement des sommes énormes en publicité? Pourquoi nos journaux n'imiteraient-ils pas quelque peu ces puissants confrères qui ne dédaignent pas d'appeler le monde à eux par tous les moyens que la publicité met à leur disposition ?

Mais, en attendant que le public français et belge double, triple, voire décuple son budget de publicité, il sera bon de ne pas perdre de vue la publicité qui nous vient de l'étranger et qui, à tout compter, représente déjà un capital très considérable dont la majeure partie, hélas ! passe dans les poches d'intermédiaires.

Certaines organisations, qu'il est inutile de désigner autrement, sont littéralement arrivées à mettre nos journaux sous tutelle, dès qu'il s'agit de publicité étrangère, voire extra-départementale. Il ne manque à ceux-ci cependant, d'aucune façon, les aptitudes nécessaires pour gérer leurs propres intérêts.

L'on conçoit, à la rigueur, que chaque journal individuellement ne peut guère s'occuper efficacement de rechercher et de recueillir le maximum de publicité à l'étranger. Mais le principe de l'association est-il donc lettre-morte pour les journaux, même lorsqu'il s'agit de questions vitales? C'est le moment de paraphraser le célèbre appel de Carl Marx : Prolétaires..., unissez-vous ! DIRECTEURS DE JOURNAUX, SYNDIQUEZ-VOUS !

Instituez des bureaux traitant directement avec les annonciers en dehors du rayon de vos lecteurs et ces annonciers vous vaudront le double et davantage.

MATÉRIEL

Avant d'entrer dans de plus amples détails concernant les services des informations et des romans-feuilletons clichés, tels qu'ils fonctionnent à **La Clicherie de la Presse** de Paris, il sera utile de dire quelques mots du matériel y affecté.

Les clichés, d'une épaisseur de deux millimètres, empruntent l'apparence d'une colonne de journal de $0^{m}.38$ de hauteur, justifiée sur 14 cicéros de largeur. Le texte est en corps 8 ou 9.

Etant un alliage de plomb et d'antimoine, ces colonnes se découpent facilement au couteau ordinaire.

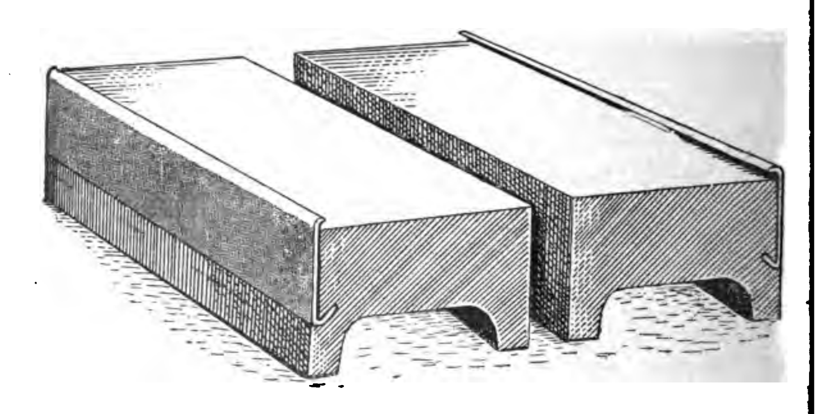
On supprime sans difficulté tel paragraphe, phrase ou partie de phrase que l'on veut, et, si utile, on les remplace par un texte nouveau, composé avec des caractères typographiques ordinaires, qui, grâce à un matériel « ad hoc », s'intercalent sans inconvérnient.

En somme, le texte cliché se travaille sensiblement comme la copie ordinaire; c'est de la copie toute composée, si l'on peut s'exprimer ainsi. A la rédaction, sur une épreuve tirée à la brosse, on l'examine et la modifie et à l'atelier on manipule le cliché en conséquence.

Le typographe glisse les clichés sur des blocs-griffes strictement à hauteur de lettre.

Le modèle de ces blocs a été DÉPOSÉ par **La Clicherie de la Presse.**

Dans ce système qui consiste en blocs avec griffes adhérentes et dont le dessin ci-après peut facilement donner l'idée, le simple rapprochement de deux blocs forme une colonne, chaque bloc n'ayant de griffe adhérente que sur une de ses faces. Le journal met ainsi entre les colonnes ses filets de trois points marquant un point ou des filets de plus grande épaisseur s'il désire plus de blanc entre les colonnes



Le prix de ces BLOCS-GRIFFES est de 22 fr. le mètre courant pour les deux blocs réunis, formant colonne.

Ce matériel, qui peut servir dix ans, est repris par **La Clicherie de la Presse** à raison de fr. 0.60 le kilo, même après usure complète, c'est-à-dire sensiblement sans perte.

MISE EN PAGES ET TIRAGE

Pour la mise en pages, le metteur place dans les colonnes autant de longueurs de blocs qu'il veut y introduire de longueurs de clichés, cela de la même façon que pour les paquets de composition. Il termine les blocs en tête et en pied par une têtière. Il ajoute ensuite le mobile qu'il veut employer, intercaler ou faire suivre, sans rien changer à son travail ordinaire.

Il prend alors les clichés qui doivent se poser sur les blocs ; si le cliché est trop long pour une première longueur de blocs et qu'une partie doive être reportée, soit sur la colonne suivante, soit plus loin, il marque à l'aide d'une pointe l'endroit où il doit couper le cliché, et le coupe sur le marbre, au moyen d'un ciseau ou d'un simple couteau de table et d'un léger coup de marteau ou de maillet.

Puis, quand il a ainsi placé ces clichés sur les blocs, il n'a plus qu'à serrer la forme de la façon habituelle en observant si tous les clichés sont bien en place, dans les rainures des filets. Le mieux est de serrer la forme en deux fois, c'est-à-dire d'abord légèrement, puis donner un petit coup de taquoir et finir le serrage.

La mise sous presse est la même que d'habitude et le tirage peut se faire sans mise en train sur le cylindre.

Quand le tirage est terminé, il suffit de desserrer la forme pour détacher les clichés qui s'enlèvent avec la plus grande facilité.

Afin de permettre aux idées de se fixer davantage, après les considérations générales qui précèdent, nous donnerons maintenant le détail du stock énorme de matériel varié, dont peuvent disposer, à leur convenance, les journaux de toute nuance et de toute périodicité, depuis le grand quotidien à éditions multiples, JUSQU'AU MODESTE HEBDOMADAIRE.

Suivant les grandes divisions d'un journal, auxquelles ce matériel peut se rapporter, nous le groupons en :

A) Partie informations;

B) Partie littéraire;

C) Illustrations, portraits, rébus, dessins humoristiques, cartes, etc., etc.

A.

PARTIE INFORMATIONS

—

SERVICE COMPLET ET MIXTE

DE

DÉPÊCHES ET NOUVELLES

Ce service comprend journellement :

I. — A) 750 lignes d'informations clichées;

B) Un grand tableau de la Bourse de Paris ($0^m33 \times 0^m16$), contenant 367 cours, changés d'après la liste officielle.

II. — 1,000 lignes, en moyenne, de dépêches politiques non clichées, c'est-à-dire en copie ordinaire, dactylographiée.

Les informations non clichées comportent en outre les derniers cours des grandes bourses d'Europe et d'Amérique, ainsi que les cours commerciaux de Paris et d'Anvers.

I. — INFORMATIONS CLICHÉES

Service de « LA CLICHERIE DE LA PRESSE »

129, rue Montmartre, PARIS.

Ce service se compose quotidiennement de deux colis postaux, contenant chacun trois colonnes clichées de 0^m38 de haut chacune, soit en tout six colonnes d'informations clichées par jour, comprenant, en 750 lignes, 31,000 lettres environ.

Les colis pour la Belgique sont expédiés de Paris par les Rapides de 8 h. 15 du matin et de 7 h. 20 du soir et sont délivrés dès leur arrivée en gare de destination.

Le Service du Matin, arrivant à Bruxelles vers midi, comprend les nouvelles de la nuit, notamment

celles d'Amérique, ainsi que l'analyse des grands journaux du matin de Paris, de Londres et d'Allemagne.

Le Service du Soir, arrivant à Bruxelles peu après 11 heures, donne les nouvelles politiques, financières et les informations générales de la journée; en outre, un résumé succinct des débats de la Chambre française.

Pour les journaux n'ayant qu'une édition, les deux colis peuvent être réunis en un seul.

II. — DÉPÊCHES NON CLICHÉES

Service de l'Agence télégraphique « L'INFORMATION »

10, place de la Bourse, PARIS.

Les nouvelles, se produisant entre le départ des colis-express et la mise sous presse des journaux, sont transmises en temps utile par téléphone ou par télégraphe, tant la nuit que le jour, par **L'Information** qui, en outre, ajoute à chacun des colis-postaux de **La Clicherie de la Presse,** en copie dactylographiée, l'ensemble de toutes les dépêches politiques, financières et commerciales, reçues par elle pendant les dernières douze heures.

L'Information, qui se charge de la partie non clichée des services détaillés ci-dessus, s'est placée rapidement au premier rang parmi les grandes agences de nouvelles, existant en Europe.

Elle possède des SUCCURSALES à *Londres, Berlin, Vienne, Constantinople, Saint-Pétersbourg, Rome, Madrid* et *New-York*. La succursale de *Bruxelles* vient d'être organisée.

Elle possède, en outre, des SOUS-AGENCES et des CORRESPONDANTS SPÉCIAUX à *Milan, Amsterdam, La Haye,*

Francfort, Cologne, Copenhague, Stockholm, Christiania, Dublin, Dresde, Varsovie, Moscou, Odessa, Bourgas, Sofia, Bucarest, Salonique, Le Caire, Alexandrie, Tripoli, Tanger, Barcelone, etc., ainsi que dans les *principaux centres d'Amérique et de l'Extrême-Orient.*

Elle dispose d'un personnel de RÉDACTEURS POLITIQUES et de RÉDACTEURS TÉLÉPHONISTES rompus au service tout-à-fait spécial d'une agence d'informations rapides et qui, depuis longtemps, ont fait leurs preuves dans la presse de Paris et de province.

L'Agence Télégraphique **L'Information** se prête à toutes les combinaisons d'appel téléphonique et de transmission à toutes heures de la nuit et du jour, suivant les besoins de composition, de mise en page et de tirage de chaque journal. Elle assure aux journaux abonnés la régularité de leur service par le choix des rédacteurs qui restent toujours attachés au même journal.

Sur demande spéciale, l'Agence Télégraphique **L'Information** se charge en outre de recueillir toutes informations, toutes interviews, de faire toutes enquêtes spéciales que peuvent lui demander les journaux abonnés, soit à titre exceptionnel, soit d'une façon permanente.

En dehors des heures de communication régulières, elle a pour principe de passer D'OFFICE à tous ses abonnés, sans aucun retard, à toute heure de jour et de nuit, les nouvelles et dépêches d'une importance exceptionnelle, pouvant motiver une mise sous presse immédiate et des éditions spéciales.

N. B. — Dans le précédent exposé du fonctionnement du service des informations, nous avons, pour fixer les idées, pris Bruxelles comme lieu de destination des colis postaux : cette ville étant, hors de Paris, le centre le plus important au point de vue du développement de la presse de langue française.

Pour les départements français, ainsi que pour les provinces belges, le départ des colis postaux peut évidemment se régler selon les convenances de la presse de chaque localité, combinées avec les horaires des express y arrivant de Paris.

PRIME GRATUITE

Les journaux, abonnés aux services exposés ci-dessus, reçoivent mensuellement, à titre de prime, un certain nombre de **PORTRAITS, NON MONTÉS, DE NOTORIÉTÉS**, à choisir par eux dans une collection d'environ 2,000.

Les quotidiens ont droit à 10 portraits par mois, les tri-hebdomadaires à 4, les bi-hebdomadaires à 3 et les hebdomadaires à 2.

Les portraits non montés, commandés en plus, se payent fr. 0.75 chacun.

SPÉCIMEN DE PORTRAIT



LE PRÉSIDENT ROOSEVELT

B.

PARTIE LITTÉRAIRE

—

ROMANS-FEUILLETONS CLICHÉS

Nouvelles & Variétés

N. B. — **Tous les romans sont choisis avec soin parmi les œuvres les plus intéressantes des auteurs en vogue.**

Les colonnes justifiées sur 14 cicéros de largeur ont 0,38 centimètres de longueur, 114 lignes pour les romans composés en corps 9 et 126 lignes, pour les romans en corps 8. Elles peuvent être coupées suivant la hauteur des feuilletons de chaque journal. Nous comptons 39 lettres à la ligne pour les romans en corps 9 et 41 lettres pour les romans en corps 8.

La composition des Romans n'étant jamais suspendue, notre Catalogue s'accroît chaque mois, en moyenne, de deux nouveaux romans clichés.

La matière de nos clichés reste la propriété de la Clicherie de la Presse et, par conséquent est en **Dépôt** chez l'Abonné. Elle doit nous être retournée **franco** à domicile, par petite vitesse, sous la rubrique « Vieux plomb pour la refonte » aussitôt que l'Abonné a terminé la publication du roman.

N. B. Nous pouvons dire que notre Catalogue qui dépasse le chiffre de **200 romans clichés** et qui a exigé, on le comprendra facilement, de longues années de travail et un capital considérable, est la collection clichée la plus importante qui ait été faite jusqu'à ce jour.

Suivant la longueur des romans demandés, des facilités sont accordées pour le paiement.

PRIME GRATUITE — Nous fournissons *gratuitement* de **Grands clichés-gravure** d'une largeur de 4 colonnes sur une hauteur de 0,35 centimètres environ représentant les scènes les plus dramatiques de nos feuilletons clichés. Les journaux peuvent ainsi faire des lancements comme les journaux de Paris qui ont, par ce moyen, obtenu les magnifiques résultats que chacun connaît.

Voir le Catalogue des Romans ci-après donnant **en réduction**, *les gravures de nos romans.*

CATALOGUE

des **Romans-Feuilletons clichés** dont le droit de reproduction appartient par traités spéciaux à la **Clicherie de la Presse**.

N.-B. — Sauf indication spéciale, tous ces romans sont composés en corps 9

Mme Marc Anfossi. —	Victime d'Amour	197 colonnes
—	L'Oreille de l'Assassin	203 »
Balzac. —	Splendeurs et Misères des Courtisanes	274 »
Odysse Barot. —	La Matelassière	187 »
—	La Marchande de Journaux	158 »
—	Le Crime du Père	220 »
—	Vierge d'Alsace	110 »
Camille Bias. —	Sa Majesté la Misère	197 »
—	La Faustine	197 »
—	Mme Jacqueline	165 »
—	Le Roi des Camelots	194 »
E. Billaudel. —	Histoire d'un Trésor	61 »
—	La Sorcière des étangs	110 »
— en (8).	Un Coquin de Province	92 »
J. Boulabert (en 8).—	Les Amants de la Baronne	233 »
—	Les Catacombes sous la Terreur	239 »
Ernest Capendu. —	Mlle la Ruine	180 »
—	Le Capitaine La Chesnaye (en 8)	384 »
L. Chaumont. —	Mortel Amour	43 »
F. Delisle et F. Enne. —	La Comtesse Dynamite	100 »
Charles Deslys. —	La Fille de Marie-Rose	211 »
E. Dessolins. —	La Fille du Tribun	140 »
P. Duplessis. —	Les Boucaniers	405 »
Étiévant. —	Martyre du Cœur	35 »
Alfred Etiévant-Louis Lucipia. —	Bruno le Forgeron	123 »
Octave Féré. —	La Margarita	136 »
—	La Folle de la Grande-Lande	58 »
Charles Fuster. —	L'Amour de Jacques	42 »
A. de Gondrecourt (en 8) —	Le Bout de l'Oreille	326 »
Armand Lafrique. —	Le Dossier Cournan	129 »

(1) Les Romans-Feuilletons clichés de ce catalogue sont livrés à raison de fr. 0.25 les 1,000 lettres, droit de reproduction compris. Ils sont expédiés en entier.

H. Leverdier. — Sans reproche .... 71 colonnes
— Mme D. K. L. 17, poste restante.... 92 »
— La Fille du Tribun .... 140 »
— Une Dette de Sang .... 84 »

Richard Lesclide. — La Femme impossible......... 103 »

A. Mahlinger. — Hadj Hassan .... 138 »

E. Mangin. — Noblesse et Bourgeoisie .... 71 »

M.-L. Maréchal — Légitimé .... 66 »
— Alice Blaisot .... 61 «

Xavier de Montépin. Brelan de Dames.............. 141 »
— Un Gentilhomme de grand chemin 238 »

G. Pessard et E. Junca. — Gibier de potence....... 255 »

Florian Pharaon. — Les Aventures d'un journaliste. 71 »
— La Revanche de Pierre .... 76 »

Paul Segonzac. — Mamzelle Cendrillon .... 183 »

André Silleray. — Le Châtiment d'un Père .... 378 »
— Le Testament de mon Oncle ..... 78 »
— Le Secret du Val-Maudit .... 297 »

Alfred Sirven et A. Siégel. — Le Crime du Parc des Princes ou un Drame Parisien. 197 »
— (**A. Nervis**). — Tristan l'Estafier ou la Sorcière jaune.. 151 »
— — Conte oriental, nouvelle.. 45 »
— — Blanca Mimosa ou la Linda 97 »
— Double Vie ou le Cocher............ 106 »
— La Bourse et la Vie ou le Valet de chambre .... 144 »
— La Femme du fou ou Fou par amour. 129 »

Alfred Sirven et A. Lafrique. — Le Beau Maquignon............... 179 »
— La Vengeance de Régine........... 238 »

A. Sirven et A. Siégel. — Sans Feu ni Lieu........ 217 »
— Le Conducteur d'Omnibus 300 »

Frédéric Soulié. — Le Lion Amoureux.............. 36 »
— Eulalie Pontois................. 61 »
— Le Bananier.................... 99 »
— La Lionne .... 153 »
— Julie .... 196 »

Georges Spitzmuller. — Les Mystères de Belfort... 230 »

E.-A. Spoll. — Carmen Sarria .... 101 »
— Les Compagnons du Lys .... 64 »
— Le Trou des Fées .... 40 »
— Julien l'Immortel.................. 47 »
— L'Héritage de l'Oncle César.......... 210 »
— Le crime de la rue Pierre Lescot ..... 106 »
— Le Secret du Roi .... 189 »
— Le Mariage de Diane .... 19 »
— Le Secret de l'Abîme .... »

Pierre Zaccone. — Les Nuits de Paris............... 129 »

La composition des romans n'étant jamais suspendue, le catalogue s'accroit chaque mois en moyenne de deux nouveaux romans clichés.

ROMANS COURTS ET PETITES NOUVELLES

Composition en corps 9

L. Chaumont. —	L'Almée	12 col. et 25 lignes
Paul Cosseret. —	Jacques Faugard	7 » et 91 »
F. Delisle. —	Sous la neige et les obus	12 » et 24 »
—	Souvenirs de Chasse	8 »
Florian Pharaon. —	Récits de chasse	10 »
Daniel Lamy. —	Pierrot Ventriloque	8 » et 25 »
H. Leverdier. —	Bout d'homme	9 » et 26 »
—	L'Homme des Grèves	9 » et 46 »
A. Mahlinger. —	Un joli coup de canon	12 » et 67 »
—	Comment je devins flibustier	18 » et 48 »
—	La Fille du Bourreau	22 » et 90 »
—	Lancée	7 » et 95 »
A. Monicault. —	La Pantoufle	9 »
F. Pharaon. —	Régine	20 »
—	Un Jour d'Ouverture	9 » et 34 »
—	Fracasse	7 » et 6 »
André Silleray. —	Pauvre enfant	8 » et 84 »
—	Les 2 Donnay	6 » 1/2
X. —	L'Amour et la Haine	11 »
—	La Terre aux Paysans	11 »

VARIÉTÉS, FANTAISIES, ETC.

Carlitt. —	L'Alcool	1 col. et 48 lignes
—	Bienfaits du Reboisement	1 » et 85 »
—	Portraits d'Alpinistes	1 » et 98 »
Paul Cosseret. —	Moine de Male-Combe	3 » et 48 »
—	La Châtelaine du Burg-ez-Ifs	1 » et 45 »
—	L'Aiguilleur	1 » et 76 »
—	Mons Othello	1 » et 38 »
—	Sur P. L.-M.	1 » et 35 »
—	Le Fou de Vaucluse	1 » et 91 »
—	Le Portrait	1 » et 24 »
—	L'Académicien d'Étampes	1 » et 12 »
—	La Neige	1 » et 35 »
—	La Biche blanche	2 »
—	La Dame de Gallafre	1 » et 30 »
Fernand Delisle, —	Histoire printanière	1 » et 90 »
—	Un duel au sabre	3 » et 39 »
Dessolins. —	La Tueuse d'hommes	2 » et 90 »
—	Madame Philidor	1 » et 68 »
—	Agenda du Reporter	2 » et 40 »
—	Un Soufflet, s. v. p.	2 » et 84 »
L. Florian Pharaon. —	Pardessus d'Hector	3 » et 35 »
—	Un sac de bonbons	1 » et 60 »
—	Le Retour (conte de Noël)	2 » et 60 »
—	Le Bouillomètre	2 » et 54 »
—	Coup de Foudre	1 » et 95 »
E. Julian. —	Saturne	3 » et 38 »

L. de Lasserre. —	L'Oiseau de Dieu	8 col.	et 29 lignes
—	Les débuts d'un homme de lettres	3 »	et 17 »
Henri Leverdier. —	Lovelace imaginaire	3 »	
—	Fleur de Neige	8 »	et 48 »
—	Crucifiement de Baptiste	3 »	
—	Histoire de coulisse	3 »	
—	L'Ennui de l'aimée	1 »	et 64 »
—	Les Mains Rouges	2 »	et 104 »
A. Mahlinger. —	Pâques en Grèce	3 »	et 82 »
—	Les gens qui sont pressés	1 »	et 75 »
—	Drôleries judiciaires	1 »	
—	Les Femmes en Extrême-Orient	2 »	
—	Bizarrerie territoriale	1 »	
—	Sacrifice d'Antiope	1 »	et 84 »
—	L'Alibi	2 »	et 93 »
—	L'origine du baiser	1 »	
—	Stella Carina	2 »	et 50 »
—	Beefsteak	1 »	et 69 »
—	Elianor	2 »	et 20 »
—	Grâce	1 »	et 55 »
—	La Sfréga	2 »	et 80 »
—	La Typote	2 »	et 46 »
—	Tsanakas	4 »	et 60 »
—	Une Noce en Albanie	5 »	et 24 »
—	Comment ils meurent	3 »	et 19 »
—	Raggio d'Amor	4 »	et 54 »
—	Kallirkoë	3 »	
M.-L. Maréchal. —	Simple histoire	2 »	et 80 »
Mirepoix. —	Un Déjeuner sur l'herbe	3 »	et 32 »
—	La Cousine Angèle	2 »	et 68 »
—	Non-lieu	3 »	et 85 »
—	En Cour d'assises	4 »	et 7 »
—	Le Portrait	2 »	et 30 »
—	Entre amis	1 »	et 42 »
—	Le Verrou	1 »	et 104 »
—	Ami vigilant	2 »	et 84 »
—	Les Amoureux de Zézette	4 »	et 50 »
—	Armistice	1 »	et 75 »
—	Prud'homie	3 »	et 16 »
—	Bidache à Bernicat	3 »	et 78 »
—	Hallali	2 »	et 68 »
—	Le Chemineau	2 »	et 98 »
—	Une Sainte	3 »	et 77 »
—	Longévité	2 »	et 35 »
—	Le Fossoyeur	2 »	et 15 »
—	Les Oies	2 »	et 41 »
A. Monicault. —	Les Vendanges	5 »	et 34 »
G. Spitzmuller —	L'autre France	1 »	et 42 »
—	Les Œufs de Pâques de Conchita	1 »	et 69 »
X. —	Sauvage par Amour	3 »	et 6 »
—	La Famille	1 »	et 58 »
—	Le Truc de Fortuné	3 »	et 107 »
—	L'Amour pédicure	2 »	et 40 »
—	Doit-on le voir	1 »	et 78 »
—	Le Ténor Myope	1 »	et 86 »
—	L'Étudiante	1 »	et 45 »
—	La Cornemuse	2 »	et 6 »
—	Le Patriotisme des Marins	1 »	et 73 »
—	Le Patriotisme	1 »	et 37 »
—	Histoire vraie	6 »	et 73 »
—	Nos Colonies	1 »	et 12 »

X. —	Soldats d'autrefois........	2 col. et 39 lignes
—	Les Secours à donner aux noyés	2 » et 18 »
—	Baromètres naturels..........	1 » et 22 »
—	La Nouvelle méridienne	1 » et 37 »
—	Le Mariage à Ceylan	1 » et 77 »
—	Le Pain du Siège (1870-71)..............	1 » et 10 »
—	Portraits antiques	1 » et 68 »
—	Curiosités archéologiques........	2 » et 22 »
—	La Chasse............................	1 » et 15 »
—	L'absinthe à l'Académie	2 » et 33 »
—	Des Enfants S. V. P....	1 » et 66 »
—	Les Effets d'une balle Lebel	1 »
—	Echos............	

CATALOGUE

DES

Romans-Feuilletons clichés adressés exclusivement aux journaux qui ont un traité avec la **Société des Gens de Lettres.**

N.-B. — Sauf indication spéciale, tous ces romans sont composés en corps 8

Edmond About. — Madelon	237	colonnes
Amédée Achard. — Les Coups d'Epée de M. de la Guerche..................	162	»
— Envers et contre tous...(suite).	139	»
René d'Anjou.— Cœur de France (*illust. dans le texte*)	357	»
Alfred Assolant. — Le Vieux Juge	166	»
Maxime Audouin.— Les Millions du Vieux Crawborn	150	»
Adolphe Belot. — Adultère, roman parisien	53	»
F. du Boisgobey. — La Main Froide...............	140	»
Victor Cherbuliez. — Le Comte Kostia	143	»
Jules Claretie. — Petit Jacques, drame judiciaire ...	137	»
Henri Demesse. — Le Testament volé	84	»
— L'Albinos...............(suite).	79	»
— Le Drame des Charmettes	106	»
Georges Duruy. — Fin de Rêve..................	80	»
A. Etiévant et B Millanvoye. — Les Coquines....	165	»
Jeanne France. — Les Oubliés	117	»
Constant Guéroult. — La Bande à Fifi..	294	»
Em. Gaboriau.— Le Crime d'Orcival, roman judiciaire..	182	»
Em. Gonzalès. — Les Sept Baisers de Buchingam (roman historique)...........	100	»
M.-L. Gagneur. — Le Supplice de l'Amant..........	111	»
Ludovic Halévy. — L'Abbé Constantin.............	59	»
Jean de la Hève. — Odette Gauthier..............	245	»
Firmin Javel et A. Sauger. — Sambo..............	123	»
Lafargue. — Comte Satan.........................	115	»

Lagrillière Beauclerc. — La Dame d'Espargys.....	115	colonnes
— Henriette de Croixville...	103	»
Ch. Lamour. — Le Passé Fatal................. .	35	»
Pierre de Lano et Emmanuel Gallus. — L'homme au capuchon gris.................................	370	»
Armand Lapointe. — Vers la Vengeance...........	150	»
Edmond Lepelletier. — Madame Sans-Gêne........	386	»
Hugues Le Roux — Le Maître de l'heure..........	134	»
Georges Maldague. — La Révoltée..................	389	»
— Trahison d'Amour...........	313	»
— Baiser de Mort...	280	»
Hector Malot. — Mondaine, roman contemporain..	129	»
— Complices..	153	»
Auguste Maquet. — Le Comte de Lavernie........ (Grand roman de cape et d'épée)	378	»
Jules Mary. — Amour défendu.....................	217	»
— Foudroyé..........................	299	»
— La Faute du Dr Madelor............	174	»
A. Mathey. — Calvaire d'Amour..................	86	»
— Serment d'une Mère......... (en 8).	166	»
Charles Mérouvel. — Chaste et flétrie..............	384	»
Xavier de Montépin. — Le Secret du Titan..(en 8).	181	»
Eugène Moret. — Jeunesse brisée................	102	»
Jean Pommerol. — Déraciné......................	107	»
Marcel Poullin. — Le Serment d'Yvonne, rom. cont.	115	»
Georges Pradel. — La Faute de Mme Bucières.....	127	»
Prévost Duclos. — Une Aventure à Tombouctou	95	»
Emile Richebourg. — La Dame en noir............	816	»
— La Petite Mionne....	500	»
— Petite Mère.....	335	»
Pierre Sales. — Femme et Maîtresse...............	315	»
— Fille de Prince....................	524	»
Paul Segonzac. — La Fin d'un Homme............	59	»
— Straniera	51	»
— Madame Rougat................	62	»
Gilbert Stenger. — L'Amant légitime, roman comtemp.	74	»
André Tessier. — Le Poignard Corse..............	239	»
Edmond Thiaudière. — Miss Little................	50	»
Charles de Vitis. — L'Or-Roi	...	»
E. Zola. — La Débâcle............................	232	»
Charles de Vitis. — Suzanne la Doctoresse.........		»
Xavier de Montépin. — Le Secret du Titan........		»

VARIÉTÉS, FANTAISIES, ETC.

Catalogue de la Société des Gens de Lettres

N.-B. — *Ces Variétés sont composées en corps 9*

Lagrillière Beauclerc	L'Alsacienne...........	2 col. et 100 lignes
—	Le Maître d'Ecole de Misseroy......	2 » et 75 »
—	Le Courrier de Nédromah	3 » et 67 »
—	Le Vieux Drapeau......	4 » et 34 »
—	Le Vagabond...........	3 » et 40 »
—	Dans les Vosges........	3 » et 80 »
—	Les Fiancés d'Yvonne..	2 » et 66 »
—	Une Histoire de là-bas..	3 »
—	La Légende de Hornberg	4 »
—	L'Octogénaire...........	2 » et 84 »
—	Pierre Bob..............	2 » et 62 »
—	Seize ans...............	2 » et 85 »
—	Pendant la Fête.........	3 »
Marc Mario. —	La Vie Militaire...............	9 » et 96 »
Louis des Mèzes. —	La Montre, monologue...	1 » et 32 »
Jules Moineaux. —	Les Tribunaux comiques, env. 50 procès amusants.	58 »
Jean Pommerol. —	L'occupation d'In-Salah...	12 »
—	Notre nouvelle conquête...	2 » et 85 »
—	La vertu des Femmes sahariennes	} 9 »
—	Femme arabe sédentaire.	}
—	Mariages	}
—	Négresses esclaves.......	}
Paul Segonzac. —	Le Château de Cartes......	3 » et 41 »
—	Chien trouvé...	3 » et 24 »
—	La Grande Sœur	10 » et 44 »
—	Le Soulier de Nounou......	2 » et 23 »
—	Le Portrait......	2 » et 54 »
Ed. Thiaudière. —	Changement de corps......	9 » et 10 »

A cette liste il faut ajouter une vaste collection d'articles se rapportant aux fêtes et légendes saisonnières : Nouvel An, les Rois, la Noël, les Pâques, la St-Jean, etc., etc.;

de chroniques artistiques et littéraires ;

d'articles sur l'agriculture ;

d'articles sportifs : chasse, pêche, etc., tous dus à la plume des meilleurs spécialistes.

PRIME AUX ACQUÉREURS

DE

Romans-Clichés

Afin de permettre aux Journaux des Départements de lutter avec efficacité contre les lancements des grands journaux, la *Clicherie de la Presse* offre **gratuitement** à Messieurs les Directeurs des Journaux, acquéreurs d'un Roman-cliché, un **grand cliché de lancement** mesurant environ 27 centimètres de base sur 33 centimètres de haut.

Non seulement ce cliché peut servir avec succès à un lancement sur feuilles séparées ou sur affiches, mais encore il peut être utilement placé en 1re ou 2e page du journal.

Aux pages suivantes, l'on trouvera quelques-uns des spécimens de ces clichés, considérablement réduits.

N. B. — La matière de chaque roman ainsi que le cliché-prime sont à retourner franco après usage aux ateliers de la *CLICHERIE DE LA PRESSE*, 129, rue Montmartre, Paris.

GIBIER DE POTENCE

PAR

G. PESSARD et E. JUNCA



C'est non seulement un roman d'aventures, mais un roman vécu, où l'élément dramatique se trouve habillement combiné avec des scènes du plus haut comique.

Chaucun voudra suivre, dans toutes ses phases, cette histoire captivante et pleine d'épisodes sensationnels où le crime côtoie les sentiments les plus nobles, les passions les plus vives

Tous les personnages de ce roman ont existé, et sous des pseudonymes habilement ménagés, se cachent les véritables héros de ce terrible drame de famille.

GIBIER DE POTENCE

forme un roman de 255 colonnes de 38 centimètres de haut, chaque colonne justifiée sur 14 cicéros. (Ces colonnes se découpent facilement avec un simple couteau de table à la hauteur du feuilleton du journal.) L'ensemble comprend 29,070 lignes de 39 lettres. Le prix est de fr. 0.25 le mille de lettres (droits d'auteurs compris), soit fr. 283.40 (emballage et port en sus).

MAMZELLE CENDRILLON

PAR **PAUL SEGONZAC**



MAM'ZELLE CENDRILLON

Ce roman, dont les péripéties dramatiques se déroulent en France et en Russie,est une œuvre passionnante et digne de la plume de ce maître du roman dont tout le monde connaît le talent élégant et facile.

Les émotions les plus angoissantes vous étreignent à la lecture des aventures tantôt touchantes, tantôt tragiques de cette sympathique héroïne qui, au travers de tous les obstacles, cherche à retrouver un père qu'on veut l'empêcher d'approcher.

MAMZELLE CENDRILLON

sera suivie d'un bout à l'autre de l'œuvre par l'intérêt passionné du lecteur.

MAMZELLE CENDRILLON

forme un roman de 183 colonnes de 38 centimètres de haut, chaque colonne justifiée sur 14 cicéros. (Ces colonnes se découpent facilement avec un simple couteau de table à la hauteur du feuilleton du journal.) L'ensemble comprend 20,679 lignes de 39 lettres. Le prix est de fr. 0.25 le mille de lettres (droits d'auteur compris), soit : fr. 201.60 (emballage et port en sus).

LE CAPITAINE LA CHESNAYE

PAR ERNEST CAPENDU



C'est une œuvre émouvante entre toutes qui laissera dans l'esprit des lecteurs une impression profonde.

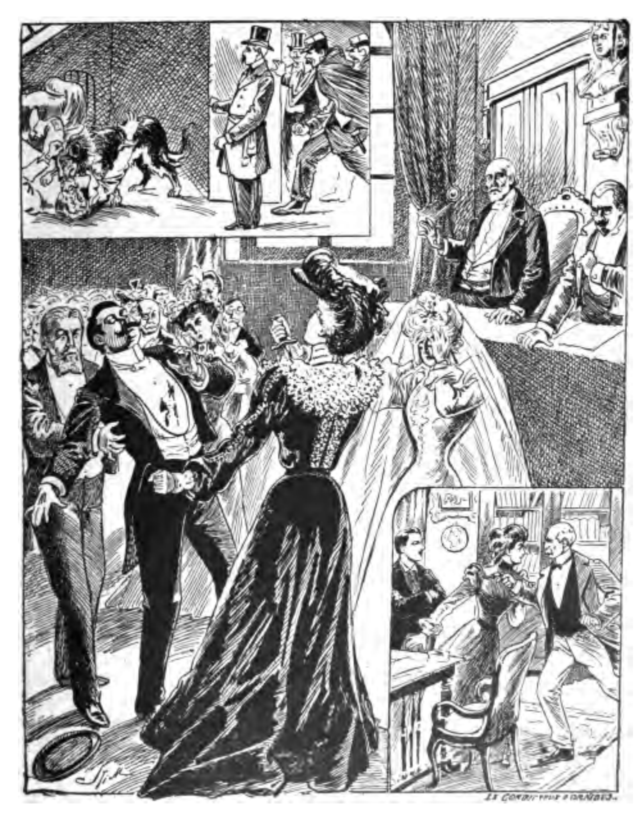
LE CAPITAINE LA CHESNAYE et ses trois fils furent des bandits qui terrorisèrent la France à l'aube du XVIIe siècle. Le récit de leurs sinistres exploits forme le fond de ce beau roman où abondent les situations pathétiques. Les lecteurs revivront, avec un intérêt attentif, cette page de l'histoire du vieux Paris d'Henri IV, ils verront se dérouler sous leurs yeux les scènes pittoresques et tumultueuses de la Cour des Miracles, ils pleureront sur les malheurs de la douce Diane d'Aumont, ils admireront la loyale et courageuse figure du savant Van Helmont.

LE CAPITAINE LA CHESNAYE forme un roman de 384 colonnes (composées en corps 8) de 38 centimètres de haut, chaque colonne justifiée sur 14 cicéros. (Ces colonnes se découpent facilement avec un simple couteau de table à la hauteur du feuilleton du journal.) L'ensemble comprend 48,000 lignes de 41 lettres. Le prix est calculé à 0 fr. 25 le mille de lettres (droits d'auteur compris), soit 492 francs (emballage et port en sus).

LE CONDUCTEUR D'OMNIBUS

PAR

A. SIRVEN et A. SIÉGEL



Les noms de ces deux écrivains, auteurs de tant d'œuvres aujourd'hui populaires, sont trop connus pour que nous ayons besoin de recommander longuement ce nouveau roman.

LE CONDUCTEUR D'OMNIBUS

est une histoire poignante, vécue. Après de terribles scènes de meurtre, provoquées par ce hideux fléau, l'alcoolisme, les auteurs nous montrent, en de paisibles tableaux, le bonheur reconquis.

LE CONDUCTEUR D'OMNIBUS

forme un roman de 300 colonnes de 38 centimètres de haut, chaque colonne justifiée sur 14 cicéros. (Ces colonnes se découpent facilement avec un simple couteau de table à la hauteur du feuilleton du journal.) L'ensemble comprend 33,900 lignes de 39 lettres. Le prix est de fr. 0.25 le mille de lettres (droits d'auteurs compris), soit fr. 330.50 (emballage te port en sus).

LE CRIME DU PERE

PAR

ODYSSE BAROT



L'auteur populaire de tant d'œuvres dramatiques, telles que *la Matelassière*, *la Marchande de Journaux*, *la Vierge d'Alsace*, etc., semble s'être surpassé dans **LE CRIME DU PÈRE**, où il nous montre, au milieu des événements les plus impressionnants, à quel degré de folie criminelle et de monstrueux despotisme l'orgueil peut pousser un père.

Aux figures sinistres, il en oppose de charmantes qui commandent la sympathie du lecteur et jettent leurs rayons dans ce drame sombre.

LE CRIME DU PÈRE impressionnera tous les lecteurs et l'intérêt les conduira anxieux jusqu'au dénouement, heureuse apothéose de l'amour triomphant de tous les obstacles.

LE CRIME DU PÈRE forme un roman de 220 colonnes de 38 centimètres de haut, chaque colonne justifiée sur 14 cicéros, (Ces colonnes se découpent facilement avec un simple couteau de table à la hauteur du feuilleton du journal.) L'ensemble comprend 24,860 lignes de 39 lettres. Le prix est de fr. 0.25 le mille de lettres (droits d'auteur compris), soit fr. 242.40 (emballage et port en sus).

C.

ILLUSTRATIONS, PORTRAITS, RÉBUS, DESSINS HUMORISTIQUES, CARTES, etc.

—

Service des Portraits-Actualité

La **Clicherie de la Presse** possède une collection de **2.000** portraits-actualité, comprenant les chefs d'États, souverains, hommes politiques, littérateurs, artistes, savants, généraux, etc., etc.

Ces portraits, exécutés avec soin, s'impriment facilement sur le papier à journal.

PRIX DES PORTRAITS DU CATALOGUE

Portrait galvano, monté sur bois :	**2 50**	pièce	*Plus les frais d'envoi*
Par 10 portraits	**2** fr.	—	
Portrait plomb monté sur bois :	**1 50**	—	
Par 10 portraits	**1** fr.	—	

Le Catalogue spécial des Portraits est envoyé franco sur demande.

SPÉCIMENS DE PORTRAITS



EMILE LOUBET,
Président de la République Française.



LÉOPOLD II, ...

SERVICE HEBDOMADAIRE DE
Rébus et Découpages-Clichés

Pour **52 francs par an** payables trimestriellement par fractions de **13** francs en mandat ou bon de poste, la **CLICHERIE de la PRESSE** fait parvenir chaque mois et franco **3** clichés Rébus et **1** cliché Découpages avec sa solution, à charge pour l'abonné de retourner tous les 2 mois, franco domicile, les clichés parus.

Les Rébus ont tous pour solution un proverbe, un dicton, une pensée morale. Ils n'ont aucune tendance soit politique, soit religieuse.

N. B. — Abonnements d'essai de 3 mois : **15** francs pour les 3 mois dont il est tenu compte, si l'abonnement est prolongé pour un an.

Abonnement de 6 mois : **30** francs, payables **15** francs par trimestre.

CLICHÉS RÉBUS

Vendus séparément

De 1 à 9 clichés . . . . :	**1.75 pièce**
De 10 à 19 clichés	**1.50 —**
20 clichés et au-dessus	**1.25 —**

Port en sus

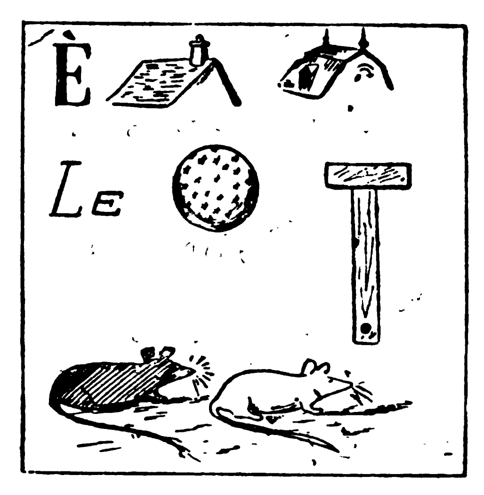
CLICHÉS DÉCOUPAGES

Vendus séparément

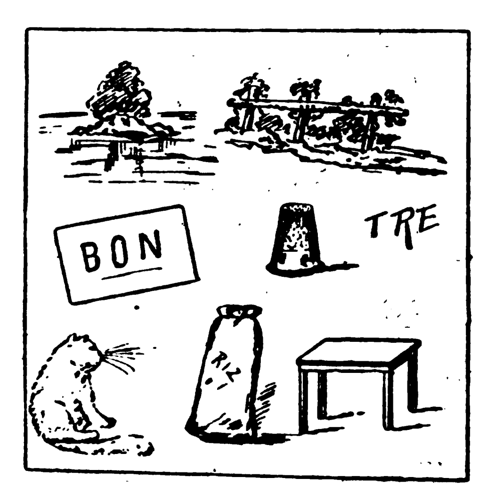
Découpage et solution . . . . . 2 fr. pièce

Port en sus

SPÉCIMENS DES RÉBUS



Solution. — Aide-toi, le ciel t'aidera.



Solution. — Il est bon d'être charitable.

Spécimen d'un Cliché Découpage

AVEC SA SOLUTION





Service hebdomadaire

DE

CLICHÉS HUMORISTIQUES

Pour **76 francs par an** payables trimestriellement par fractions de **19** francs en mandat ou bon de poste, la **CLICHÉRIE de la PRESSE** fait parvenir chaque mois et franco les clichés nécessaires pour les différentes semaines du mois, à charge pour l'abonné de retourner tous les 2 mois, franco domicile, les clichés parus.

Les Clichés Humoristiques n'ont aucune tendance soit politique, soit religieuse.

N. B. — Abonnements d'essai de 3 mois : **22** fr. **75** pour les 3 mois dont il est tenu compte si l'abonnement est prolongé pour un an.

Abonnement de 6 mois : **42** francs, payables **21** francs par trimestre.

CLICHÉS HUMORISTIQUES

Vendus séparément

De 1 à 9 clichés	**2 fr. pièce**
De 10 à 19 clichés	**1.75 —**
20 clichés et au-dessus	**1.25 —**

Port en sus

SPÉCIMENS DES CLICHÉS HUMORISTIQUES

NOS DOMESTIQUES



— Baptiste, vous n'avez pas brossé le revers de ma redingote?
— Si monsieur peut dire... Monsieur ne s'imagine pas depuis que je suis à son service « les nombreux revers » que j'ai déjà essuyés.

BONNE DÉFENSE

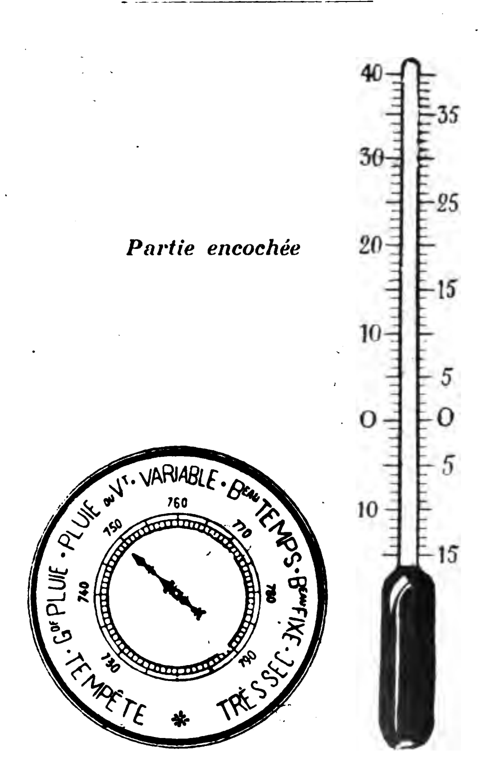


— Je vous assure, Messieurs les jurés, que mon client est un crétin, incapable d'un crime aussi intelligemment commis.

CLICHÉ

Baromètre-Thermomètre

en galvano



BAROMÈTRE. — L'aiguille est montée de telle sorte qu'il est facile de lui donner chaque jour l'inclinaison indiquant la hauteur barométrique.

THERMOMÈTRE. — L'espace compris entre les montants étant évidé en passe-partout, il est facile d'y introduire chaque jour un filet coupé à la hauteur du nombre de degrés à indiquer.

Prix : 8 francs; frais d'envoi en plus.

CONCLUSION

—

Quelles impressions se dégagent de ce qui précède ?

Tout d'abord celle de l'ÉNORME QUANTITÉ DE MATÉRIEL MIS A LA DISPOSITION DES JOURNAUX, A UN PRIX ÉTONNAMMENT MINIME.

Grâce à l'entente entre **La Clicherie de la Presse** et **L'Information**, entente à laquelle l'auteur de ces pages — avouons-le tout bas — n'a pas été complètement étranger, un journal du format du *Matin* de Paris, par exemple, recevra JOURNELLEMENT :

a) **750 lignes d'informations clichées** .	Service de la Clicherie de la Presse (60,000 lettres environ)
b) **350 ou 700 lignes de feuilleton cliché (1 ou 2 feuilletons)**	
c) **367 cours de Bourse (grand tableau cliché de $0^m33 \times 0^m16$)**	
d) **Un portrait d'actualité**	
e) **Un rébus (hebdomadairement)**. . .	
f) **1,000 lignes, en moyenne, de nouvelles dactylographiées**	Service de l'agence L'INFORMATION
g) **Service financier et commercial** . .	
h) **Nouvelles de la** *dernière heure* . .	

Nous laissons aux directeurs de journaux le soin de calculer ce que, dans l'état actuel des choses, l'utilisation normale de cet ensemble d'informations, de feuilletons et d'illustrations représente de débours moyens PAR JOUR en faveur des agences télégraphiques, des typographes, des correcteurs, des clicheurs, abstraction faite des frais de rédaction et de l'usure du matériel.

Or, l'abonnement à ces services, permettant de composer, à peu de choses près, en entier, un beau,

grand journal, revient, croyons-nous, à un prix variant ENTRE DIX ET VINGT FRANCS PAR JOUR, selon les combinaisons. Car n'oublions pas de le faire remarquer ici, l'entente conclue entre les deux firmes parisiennes se prête à toutes les combinaisons, suivant le format, l'importance et les besoins spéciaux des journaux, les facilités de leurs communications avec Paris ou leur éloignement de la capitale.

Notons encore que si les abonnements se contractent pour une durée minimum d'un an, le montant s'en calcule strictement sur la base de la périodicité des journaux, multiplié par le prix du service d'un jour, ce qui constitue un avantage dont l'importance n'échappera surtout pas aux directeurs des journaux de province.

En lisant les pages consacrées à la « Partie Informations », quel est le directeur de journal qui ne se sera pas fait la réflexion que la combinaison y exposée rend singulièrement aisée la publication de **DEUX ÉDITIONS PAR JOUR?**

Rien, en effet, n'est plus exact.

Les colis postaux arrivant à des intervalles de douze heures et apportant chaque fois plusieurs colonnes de nouvelles clichées toutes fraîches, ajoutées au service de la dernière heure, permettent de paraître *up to date*, presque sans frais ni peine.

Nous croirions faire injure à l'intelligence de nos lecteurs en insistant sur le parti que les directeurs de journaux de province peuvent tirer de là, dans l'âpre lutte qu'ils ont à soutenir, sur leur propre terrain, contre la presse de la capitale.

LE SUPPLÉMENT LITTÉRAIRE DU DIMANCHE.— Que de recherches pour bien le composer; que de dérangement à l'imprimerie et que de longues, fastidieuses corrections? Le journal, ayant en stock une collection de romans courts, de nouvellettes, de variétés ou fantaisies clichés, aura son supplément toujours prêt, sans compter l'utilité de ce même stock, le jour où, au moment de la mise sous presse, une colonne viendrait à manquer.

LA JUSTIFICATION. — Une objection : La justification des colonnes d'un journal peut ne pas convenir à celles des colonnes clichées. Que faire dans ce cas? La modifier. Cela ne coûte, en fait, ni temps ni argent. Et quel est le journal qui, dans la durée de son existence, n'a pas modifié la largeur de ses colonnes? Nous ajouterons que plus d'un journal, en réduisant sa justification à celle des clichés, se créerait une colonne supplémentaire à sa page d'annonces, ce qui n'est pas fait pour déplaire.

En disant au début de cet opuscule qu'il s'adressait aux directeurs et rédacteurs de journaux DE TOUTE PÉRIODICITÉ, nous entendions marquer par là que nous avions en vue les **HEBDOMADAIRES** comme les quotidiens.

C'est, qu'en effet, un service spécial a été créé pour cette catégorie des organes de la presse, aussi intéressante que nombreuse.

Nous croyons ne pas nous tromper en affirmant que les lecteurs de journaux hebdomadaires exclusivement dépasse celui des lecteurs de quotidiens. S'il est exact que le journal a un rôle d'éducateur à remplir, la

mission est infiniment noble des organes de la presse hebdomadaire, s'adressant à des âmes candides, à des intelligences simples et son influence peut devenir vaste outre mesure. La pittoresque expression du célèbre journaliste anglais Stead, parlant de la presse, lui est éminemment applicable : « C'est une église sans clocher, et ses portes sont large ouvertes aux plus faibles, aux plus pauvres, aux plus déjetés des hommes. »

Ceci nous remet en mémoire la déclaration topique du cardinal Mermillod, parlant un jour du rôle humanitaire de la Presse : « Si Saint-Paul avait à nouveau à prêcher l'Évangile, il choisirait l'arme de la Presse et se ferait journaliste ».

Le rôle est beau sans doute; mais trop souvent, hélas! les moyens de le remplir convenablement font défaut. L'organisation exposée dans ces pages pourra rendre des services immenses ici. En dehors d'une riche bibliothèque littéraire de réelle valeur artistique et morale **La Clicherie de la Presse** tient chaque semaine à la disposition des journaux *hebdomadaires* un service spécial de sept colonnes, comprenant, outre les nouvelles et informations pouvant les intéresser, deux colonnes relatant les principaux faits qui se sont passés pendant la huitaine, précédent l'envoi : bref, un ensemble résumant la plus récente semaine de l'histoire du monde.

Il ne faut guère plus pour composer un très beau journal, aussi instructif qu'attrayant.

1 mai, 1905.

